



**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN
PERUMAHAN GRAHA KASTARA
DI KUDUS**

Diajukan oleh :

BELINDA INDRIYANI

NIM. 2014-11-176

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

TAHUN 2019
PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN [DALAM PEMBELIAN
PERUMAHAN GRAHA KASTARA DI KUDUS

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

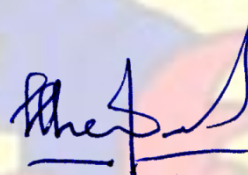
Tanggal ,05 Agustus 2019

Mengetahui
Kepala Program Studi Manajemen



Dina Lusianti, SE, MM, AAK
NIDN. 0630098401

Pembimbing I



Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.
NIDN. 0618066201

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM.
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Nurul Rizka Arumsari, SE.MM
NIDN. 0628048702

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya”

-Al Baqarah-

“Allah mencintai pekerjaan yang apabila bekerja ia menyelesaikannya dengan baik”.

-HR. Thabarani-

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.

-Al Insyira 5-

Persembahan :

1. Papa (alm.) dan mama yang selalu ku sayangi.
2. Kakak Alvin, Bu Ida dan Mbak Tika semangatku.
3. Sayangku yang akan menghalalkanku.
4. Para mantan yang akan menyesal.
5. Sahabat seperjuanganku semuanya.
6. Almamaterku.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat serta karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan baik. Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dalam penulisan skripsi ini, penulis selalu mendapatkan bimbingan, dorongan, serta semangat dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. H. Mochammad Edris, Drs. MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini
2. Dina Lusianti, SE, MM, AAK., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Nurul Rizka Arumsari, SE.MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap dosen pengajar dan karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bimbingan, bantuan pelayanan dan kerjasamanya.
5. Kedua orangtua yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembahasan materi. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dan mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangannya.. Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Allah SWT.

Kudus, 22 Juli 2019

Penulis,

BELINDA INDRIYANI

NIM. 2014-11-176

ABSTRAKSI

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PERUMAHAN GRAHA KASTARA DI KUDUS

BELINDA INDRIYANI
NIM. 2014-11-176

Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Mochammad Edris, Drs. MM
2. Nurul Rizka Arumsari, SE.MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa diferensiasi produk yang terdiri dari kualitas, *image* dan nilai terbukti terhadap keputusan konsumen dalam pembelian perumahan Ghara Kastara di Kudus. Dimana terdapat tiga variabel bebas, yaitu kualitas, *image* dan nilai terbukti serta satu variabel terikat, yaitu keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei terhadap seluruh pemilik rumah yang terletak di lokasi Perumahan Graha Kastara Pegunungan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas, *image* dan nilai terbukti berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian perumahan Ghara Kastara di Kudus. Secara simultan variabel kualitas, *image* dan nilai terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam pembelian perumahan Ghara Kastara di Kudus. *Image* memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan keputusan konsumen dalam pembelian perumahan Ghara Kastara di Kudus. Nilai memiliki pengaruh paling rendah terhadap keputusan keputusan konsumen dalam pembelian perumahan Ghara Kastara di Kudus.

Kata kunci: kualitas, *image*, nilai terbukti dan keputusan konsumen dalam pembelian.

ABSTRACT

EFFECT OF PRODUCT DIFFERENTIATION ON CONSUMER DECISIONS IN THE PURCHASE OF GRAHA KASTARA RESIDENTIAL IN KUDUS

BELINDA INDRIYANI
NIM. 2014-11-176

Dosen Pembimbing : 1. Dr. H. Mochammad Edris, Drs. MM
2. Nurul Rizka Arumsari, SE.MM

UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY
PROGRAM

This study aims to analyze product differentiation consisting of quality, image and proven value on consumer decisions in the purchase of Ghara Kastara housing in Kudus. Where there are three independent variables, namely quality, image and proven value and one dependent variable, namely purchasing decisions. This research was conducted by a survey method for all homeowners located in the Graha Kastara Peganjuran Housing location.

The results showed that the quality, image and value variables proved to have a positive and partially significant effect on consumer decisions in the purchase of Ghara Kastara housing in Kudus. Simultaneously the quality, image and value variables are proven to have a positive and partially significant effect on consumer decisions in the purchase of Ghara Kastara housing in Kudus. Image has the most dominant influence on consumer decisions in the purchase of Ghara Kastara housing in Kudus. Value has the lowest influence on consumer decisions in the purchase of Ghara Kastara housing in Kudus.

Keywords: *quality, image, proven value and consumer decisions in purchasing.*

D A F T A R I S I

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Ruang Lingkup	5
1.3. Perumusan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Konsep Pemasaran	8
2.2. Konsep Diferensiasi	10
2.3. Kualitas Produk	14
2.4. <i>Image</i>	17
2.5. Nilai Produk	21
2.6. Analisis Perilaku Konsumen Pelanggan	22

2.7. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	34
2.8. Penelitian Terdahulu	40
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritis	44
2.10. Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1. Rancangan Penelitian	46
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	46
3.3. Jenis dan Sumber Data	48
3.4. Populasi dan Sampel.....	49
3.5. Pengumpulan Data.....	50
3.6. Uji Instrument Penelitian	51
3.7. Pengolahan Data.....	54
3.8. Analisis Data	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	59
4.2. Penyajian Data	60
4.3. Analisis Data	67
4.4. Pembahasan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1. Kesimpulan.....	77
5.2. Saran-saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas Kualitas	51
Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas <i>Image</i>	52
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Nilai.....	52
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 3.5. Hasil Uji Pengujian Reliabilitas.....	54
Tabel 4.1. Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	61
Tabel 4.2. Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.3. Identitas Responden Berdasarkan Status Pernikahan	62
Tabel 4.4. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	63
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel Kualitas	64
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel <i>Image</i>	65
Tabel 4.7. Frekuensi Variabel Nilai	65
Tabel 4.8. Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	66
Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi.....	67
Tabel 4.10. Hasil Analisis Parsial.....	68
Tabel 4.11. Hasil Pengujian Berganda (dengan Signifikansi $\alpha=5\%$)	71
Tabel 4.12. Nilai <i>Adjusted R Square</i>	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Proses Keputusan Pembelian.....	36
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran Penelitian	44



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Hasil *Try Out*
- Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4. Data Hasil Kuesioner Responden
- Lampiran 5. Frekuensi Data
- Lampiran 6. Hasil Regresi
- Lampiran 7. Tabel t, F, R

